

**PENGARUH LABELISASI HALAL DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
PADA PRODUK INDOMIE**

(Studi Kasus Mahasiswa universitas Muhammadiyah Surakarta)



SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi dan Melengkapi Syarat Guna Mendapatkan
Gelar Sarjana Strata 1 (S1) Dalam Ilmu Ekonomi Manajemen**

Oleh:

**TRI WIDODO
B 100110148**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2015**

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertandatangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul:

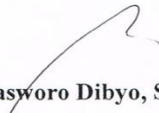
**PENGARUH LABELISASI HALAL DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK INDOMIE**

Yang ditulis oleh

TRI WIDODO
B100110148

Surakarta, September 2015

Pembimbing

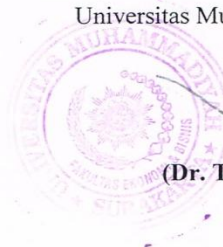

(Basworo Diby, S.E., M.Si)

Mengetahui

Dekan fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta


(Dr. Triyono, M.Si.)





UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta - 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **TRI WIDODO**
NIRM : **B 100 110 148**
Jurusan : **MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **PENGARUH LABELISASI HALAL DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN PADA PRODUK INDOMIE**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, **SEPTEMBER 2015**

Yang membuat pernyataan,

TRI WIDODO

MOTO

*Ku olah kata, kubaca makna, kuikat dalam alinea, kubingkai
dalam bab sejumlah lima, jadilah mahakarya,
gelar sarjana kuterima.*

*Barang siapa bersungguh sungguh, sesungguhnya
kesungguhan itu untuk kamu sendiri
(surat al-ankabut, ayat 6)*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Puji syukur kepada Allah SWA, atas segala anugerah, hikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**PENGARUH LABELISASI HALAL DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN**” dengan baik. Penulis menyadari Bahwa skripsi ini jauh dari sempurna karena keterbatasan waktu dan pengalaman yang penulis miliki, namun penulis berharap skripsi ini berguna bagi pembaca dalam memperluas wawasan dan pengetahuan yang ada. Penulisan skripsi ini juga melengkapai syarat kelulusan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta. Dalam penulisan skripsi ini tidak sedikit kesulitan yang ditemui oleh penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, banyak pihak yang telah membantu dalam kelancaran penulisan skripsi ini. Sehingga penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. Triyono, SE., MSi., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universita Muhammadiyah Surakarta.
2. Dr. Anton Agus Setyawan,SE.,MSi, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Basworo Dibyo, SE, Msi selaku Pembimbing Utama yang senantiasa dengan penuh kesabaran memberikan bimbingan, arahan, dan nasihat kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.

4. Para Dosen dan Staf pengajar di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta, terima kasih atas materi yang selama ini diberikan kepada penulis.
5. Karyawan dan Staff Tata Usaha di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta, Mas Inung dan Mbak Yani terima kasih atas pelayanan, kemudahan administrasi, dan informasi yang telah diberikan kepada penulis.
6. Bapak dan Ibu yang selalu memberikan semangat, dukungan, doa, serta dukungan baik moril dan materiil selama masa studi dan penyusunan skripsi.
7. Mas Edhy dan Mbak Anik yang selalu memberi masukan kepada andik tersayang.
8. Teman-teman dan sahabat-sahabatku Progdil Manajemen FE UMS angkatan 2011 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
9. Universitas Muhammadiyah Surakarta, semoga dari sini saya menjadi orang sukses dan berguna bagi orang lain.
10. Sahabat-sahabat di kos Ardian (Coro), Hida, Mas Diyat, Riki, Faris dan semua kawan penghuni kos Ganesha terimakasih kalian tempat yang pas untuk sharing hal-hal kecil.
11. Sahabat-sahabat yang telah menemani saya selama kuliah di FEB UMS Kriteng, Mbahe, Safee, Feri Cilik, Galang, Copril, Feri Gedhe, Apele, Arda dan juga yang lain yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Kalian teman paling GOKIL...

Semoga Allah S.W.T senantiasa melimpahkan rahmat dan anugerah-Nya sebagai balasan atas bantuan dan amal baik Bapak/Ibu/Saudara semua. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan baik disengaja maupun tidak disengaja serta jauh dari kata sempurna, maka penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak untuk menyempurnakan penulisan-penulisan dikemudian hari.

Wassalamu'alaikum, Wr.Wb

Surakarta, September 2015

(Tri Widodo)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN MOTTO	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
ABSTRAKSI	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Sistematika Penulisan Skripsi	6
BAB II LANDASAN TEORI	8
A. Label Halal	8
1. Pengertian Label.....	8
2. Halal	9
3. Pengertian Label Halal	11
B. Harga	13

C. Keputusan Pembelian Konsumen	14
1. Pengertian Keputusan Konsumen	14
2. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Konsumen	16
3. Pengambilan Keputusan Membeli	22
D. Penelitian Terdahulu	23
E. Kerangka Pemikiran	24
F. Hipotesis	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	26
A. Variabel Penelitian	26
1. Variabel Bebas	26
2. Variabel Terikat)	27
B. Populasi dan Sampel	27
1. Populasi	27
2. Sampel	28
C. Metode Pengumpulan Data	28
D. Instrumen Pengumpulan Data	29
E. Metode Analisis Data	30
1. Uji Validitas	31
2. Uji Reabilitas.....	32
3. Uji Asumsi Klasik.....	33
4. Analisis Regresi Berganda	36
5. Pengujian Hipotesis.....	37
a. Uji Statistik t	37

b. Uji Statistik F	37
c. Koefisien Determinasi (R^2)	38
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	39
A. Gambaran Umum Responden	39
B. Deskripsi Variabel.....	40
C. Teknik Analisis Data.....	45
1. Uji Validitas	45
2. Uji Reabilitas.....	48
3. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	48
4. Hasil Regresi Berganda.....	51
5. Uji Hipotesis.....	53
a. Uji Statistik t.....	53
b. Uji Statistik F	55
c. Koefisien Determinasi (R^2)	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	58
A. Kesimpulan	58
B. Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	24
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas	50

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Kelompok Usia.....	39
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	40
Tabel 4.4 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Label Halal.....	41
Tabel 4.5 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Harga.....	43
Tabel 4.6 Hasil Tanggapan Terhadap Keputusan Pembelian	44
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas.....	46
Tabel 4.8 Hasil Uji Reabiliti	47
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolonearitas.....	50
Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas	51
Tabel 4.5 Hasil Analisis Regresi Berganda	52
Tabel 4.6 Hasil Uji Statistik t.....	53
Tabel 4.7 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	56
Tabel 4.8 Hasil Koefisien Determinasi	57

Abstraksi

Dengan pertumbuhan ekonomi yang baik, jumlah penduduk yang banyak, dan mayoritas penduduk adalah muslim, Indonesia adalah pasar yang menggiurkan dari untuk pemasaran suatu produk. Sehingga dibanjiri oleh produk dalam maupun luar negeri. Maka dari itu perusahaan Indonesia harus bisa bersaing terutama produk makanan. Perusahaan makanan Indonesia didorong untuk lebih kreatif dan inovatif dalam menerapkan strategi pemasaran. Agar dapat menguasai pasar di negeri sendiri. Salah satu dari strategi tersebut adalah labelisasi halal dan harga dari suatu produk. Dan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah labelisasi halal dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Variable independen dalam penelitian ini adalah Labelisasi Halal (X1), Harga (X2). Variabel dependen adalah keputusan konsumen dalam membeli produk indomie. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden dari populasi seluruh Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta. Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah secara primer atau langsung dari koesioner. Uji hipotesis dalam penelitian ini adalah uji t, uji f, dan uji (R^2).

Hasil penelitian uji t menunjukkan bahwa label halal secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pembelian terhadap produk indomie ditunjukkan dengan tingkat signifikan $0.001 < 0.05$. Hasil penelitian uji t menunjukkan harga produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk, ditunjukkan dengan tingkat signifikan $0.004 < 0.05$. Hasil uji F menunjukkan bahwa labelisasi halal dan harga mempunyai hubungan dan secara serentak (simultan) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk indomie. Pengaruh label halal dan harga dengan keputusan membeli produk indomie melalui uji koefisien (Adjusted R^2) dengan nilai sebesar 0.318 atau 31.8%. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa labelisasi halal dan harga adalah faktor yang paling penting yang mempengaruhi pembelian konsumen keputusan.

Abstract

With good economic growth, the number of people a lot, and the majority of the population is Muslim, Indonesia is a tempting market for the marketing of a product. So inundated by products and abroad. Therefore the Indonesian company must be besaing especially food products. Indonesian food companies are encouraged to be creative and innovative in implementing marketing strategies. To be able to dominate the market in their own country. One of these strategies is halal labeling and price of a product. And the purpose of this study was to determine whether the labeling of halal and prices affect the purchase decision

Independent variables in this study are labeling Halal (X1), Price (X2). The dependent variable is the consumer's decision to buy instant noodle products. The sample used in this study were 100 respondents from the entire student population of the University of Muhammadiyah Surakarta. Methods of data collection in this study is primarily or directly from the questioner. Test the hypothesis in this study is t-test, f, and test (R2) .

The research result t test showed that halal label partially significant effect on purchases of products indomie indicated by a significant level of $0.001 < 0.05$. The research result t test showed the product price is partially significant effect on product purchasing decisions, demonstrated by a significant level of $0.004 < 0.05$. F test showed that the halal labeling and price mempunyai relationship and simultaneously (simultaneously) has significant influence on purchasing decisions instant noodle products. Effect of halal label and price with the decision to buy instant noodle products through test coefficient (Adjusted R2) with a value of 0.318 or 31.8 %. Therefore, it can be concluded that the halal labeling and price are the most important factors affecting consumer purchase decisions.